

請即時發放



波司登國際控股有限公司  
Bosideng International Holdings Limited

波司登公佈2018/19財政年度全年業績

收入和權益持有人應佔溢利分別上升 **16.9 %**和 **59.4%**  
戰略轉型提振品牌認知 帶動集團收入穩定上升

財務摘要

人民幣千元	截至 3 月 31 日止年度		變動
	2019 年	2018 年	
收入	<b>10,383,453</b>	8,880,792	<b>+16.9%</b>
毛利	<b>5,513,514</b>	4,119,102	<b>+33.9%</b>
經營溢利	<b>1,370,765</b>	923,410	<b>+48.4%</b>
年內溢利	<b>1,005,560</b>	639,521	<b>+57.2%</b>
權益持有人應佔溢利	<b>981,316</b>	615,478	<b>+59.4%</b>
每股盈利（人民幣分）			
- 基本	<b>9.32</b>	5.82	<b>+60.1%</b>
- 攤薄	<b>9.17</b>	5.80	<b>+58.1%</b>
每股股息（港仙）			
- 末期	<b>6.0</b>	3.5	<b>+71.4%</b>
- 特別	-	2.5	不適用
- 中期	<b>2.0</b>	1.5	<b>+33.3%</b>
- 全年	<b>8.0</b>	7.5	<b>+6.7%</b>

（2019年6月27日 – 香港） – 中國最大的羽絨服企業波司登國際控股有限公司（「波司登」或「公司」；股份編號：3998，連同其附屬公司「集團」）宣佈截至2019年3月31日止年度（「本財年」）全年業績。

財務回顧

年內，集團積極推動品牌建設、調整產品結構、加強銷售渠道結構，及改良零售終端建設。通過品牌、產品、渠道及終端四方面的提升，成功提振波司登在消費者中的認知度及品牌力，帶動品牌羽

絨服業務及集團總收入穩定上升。

截至本財年，集團的收入較去年上升 16.9% 至約人民幣 10,383.5 百萬元，經營溢利按年升 48.4% 至約人民幣 1,370.8 百萬元。毛利按年升 33.9% 至約人民幣 5,513.5 百萬元，毛利率增加 6.7 個百分點至 53.1%。集團權益持有人應佔溢利上升 59.4% 至約人民幣 981.3 百萬元。每股基本盈利為人民幣 9.32 分。董事會建議派發末期股息每股普通股 6.0 港仙。

## 業務回顧

### 品牌羽絨服業務

品牌羽絨服業務繼續為集團最大收入來源，佔整體收入 73.7%。集團聚焦「以功能為中心」的主航道，做強羽絨服產品核心主業。年內，集團品牌羽絨服業務收入同比上升 35.5%，達人民幣 7,657.5 百萬元，其中品牌羽絨服項下的波司登品牌收入同比上升 38.3% 至約人民幣 6,849.2 百萬元。

年內，集團推出全新品牌標識以提升品牌形象，全國近千家門店同時更換門頭標誌，快速推廣全新形象。另外，波司登品牌開展了一系列品牌活動，包括舉辦北京水立方新品發布會、受邀出席紐約時裝週主會場的多個發佈會，深受消費者及整個紡織服裝行業關注，取得良好成效，又與三大國際設計師發佈聯名系列，引發搶購熱潮。除了持續投放傳統推廣，波司登品牌亦加強新媒體互動及合作，基於消費習慣和社會化媒體趨勢，加大內容合作，進一步加強消費者認知。

年內，集團羽絨服業務的零售網點總數較去年同期淨增加 162 家至 4,628 家；自營零售網點淨增加 205 家至 1,628 家；第三方經銷商經營的零售網點淨減少 43 家至 3,000 家。自營和第三方經銷商經營的零售網點分別佔整個零售網絡的 35.2% 和 64.8%。

### 貼牌加工管理業務

貼牌加工管理業務板塊持續聚焦核心客戶需求，通過利用集團的技術優勢協同客戶開發新品類，逐步增加原始設計製造管理業務的比重，使原有客戶的實際訂單總量較去年同期有明顯增長。此外，集團利用「羽絨服專家」的生產管理經驗，加強品質管理和訂單生產過程管控，提升貼牌加工管理業務的競爭力。年內，集團的貼牌加工管理業務收入約人民幣 1,368.3 百萬元，較去年同期上升 46.1%，佔集團收入的 13.2%。

### 女裝業務

年內，集團的女裝業務收入約人民幣 1,201.8 百萬元，收入較去年同期上升 4.2%。旗下的主要女裝品牌均保持良好平穩業務發展勢頭。

於 2019 年 3 月 31 日，本集團女裝業務的零售網點總數較去年同期淨增加 6 家至 528 家；自營零售網點淨增加 17 家至 398 家；第三方經銷商經營的零售網點淨減少 11 家至 130 家。自營和第三方經銷商經營的零售網點分別佔整個零售網絡的 75.4% 和 24.6%。

### **童裝業務**

集團和童裝團隊成立了合資公司，開始選取優秀的國際兒童品牌合作線上運營，並致力成為中國領先的國際兒童品牌專業運營商。目前已經簽約開展合作的主要品牌包括日本的 *Petit main* 及韓國的 *Happyland*。集團先通過線上渠道進行產品及模式的營運測試，再逐步發展線下店舖，持續提升消費者體驗，打造未來兒童多品牌生活館。

### **線上銷售**

在過去的一年，集團大力拓展線上業務，通過與天貓、唯品會達成戰略合作關係，極大程度刺激了線上銷售的流量。本財年，波司登品牌參加了中國品牌天貓出海計劃，攜手阿里赴澳洲互訪，並同步直播波司登品牌羽絨服紐約時裝周走秀盛況等活動。品牌羽絨服業務及女裝業務業務年內網絡銷售的收入分別約為人民幣 1,766.2 百萬元及人民幣 67.5 百萬元，佔品牌羽絨服業務、女裝業務收入的 23.1% 及 5.6%。按銷售類別劃分，網絡銷售的自營和批發收入分別約為人民幣 1,442.6 百萬元及人民幣 408.2 百萬元。

### **未來發展**

波司登董事局主席兼首席執行官高德康先生表示：「年內，集團回歸創業初心，明確『聚焦主航道、聚焦主品牌、收縮多元化』的戰略目標，同時堅持品牌重塑、優化渠道、創新產品及提振終端，在逆市中取得了卓越的業績成果。未來，集團將深挖線上營銷潛力，整合鏈接品牌資源和平台資源，關注電商營銷與品牌發聲的互動與協調。此外，集團將增加線上獨有款式，逐步豐富線上款式風格特點及產品組合，積極拓展 25 至 35 歲人群銷售佔比。同時，集團將成立電商視覺形象優化小組，統一規範電商視覺形象與品牌形象，提升購物路徑及購物體驗。」

展望未來，集團將通過以下不同的發展策略，持續深化和拓展不同業務：

**品牌羽絨服業務：**集團堅持「聚焦主航道、聚焦主品牌」，圍繞「功能」為中心，做強核心主業。秉承把波司登品牌羽絨服打造成為「全球熱銷的羽絨服專家」的初心，拓展主航道業務，並致力達致「中高端功能性服飾集團」的夢想。

**貼牌加工管理業務：**集團將持續深化與核心客戶的戰略合作關係，提升服務能力，保持訂單持續增長；持續提升對核心客戶訂單反應的能力，以維護與其長期及穩定的戰略合作關係；以便為貼牌加工管理業務的穩定高速發展保駕護航。

**時尚女裝業務：**經過過去幾年的戰略佈局，女裝業務平台初步形成。集團將繼續著重整合女裝品牌間的資源，進一步擴大品牌間的協同效應；致力於通過提升女裝各品牌的產品力、渠道力、品牌力，從而實現女裝業務的有機良性增長。

- 完 -

### **關於波司登國際控股有限公司：**

波司登國際控股有限公司（「公司」，連同其附屬公司統稱「集團」）是中華人民共和國（「中國」）知名的羽絨服企業。集團旗下的羽絨服品牌包括波司登、雪中飛和冰潔。通過這些品牌，集團提供多種羽絨服產品以滿足各消費群體，藉此進一步鞏固在中國羽絨服行業的龍頭地位。

集團在加強羽絨服專業化運營的同時，積極把握時尚女裝服裝行業的發展機會，目前集團的女裝品牌包括杰西女裝、邦寶女裝、柯利亞諾女裝及柯羅芭女裝。

如有垂詢，請聯絡：

**波司登國際控股有限公司**

陳皓

電話：(852) 2866 6693

電郵：chenhao@bosideng.com

### **iPR 奧美公關**

劉麗恩 / 劉碧思 / 林諾沂 / 陳諾兒 / 陳嘉寶

電話：(852) 2136 6952 / 2136 6953 / 3920 7648 / 3920 7654 / 3920 7640

傳真：(852) 3170 6606

電郵：bosideng@iprogilvy.com